

УДК 005.932

Юрченко В.Ю. – ст. гр. ОБ-05-Г

Донецький національний університет

економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

ПРОБЛЕМИ ПОБУДОВИ СТРАТЕГІЇ ВЗАЄМИН З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ

Науковий керівник: д.е.н., доцент Заремба П.О.

В сучасних умовах розвитку ринкової економіки важливим є питання взаємодії підприємства й постачальників, що багато в чому визначає результат роботи підприємства (одержання прибутку). Для цього необхідно мати чітку стратегію з формування взаємин підприємства й постачальників.

Типовими цільовими стратегічними показниками формування бази постачальників є:

- визначення складу постачальників, виходячи з вимог до постачальників в області технологічної й виробничої компетенції;
- установлення типів відносин (за принципом економічної доцільності);
- регіональний розподіл постачальників;
- ризики, пов'язані з постачальниками (кожний стосунок з постачальником містить у собі ризик, що постачальник не зробить необхідні поставки).

Цілі напрямку впливів на постачальників визначаються на основі аналізу розбіжностей між вимогами до постачальників і ефективності їхніх поставок.

Залежно від ступеня такої розбіжності можливі наступні альтернативи: зміна постачальника; вплив на існуючого постачальника; початок робіт з потенційним постачальником; придбання підприємства-постачальника (інсорсинг).

Вибір альтернативи залежить від товару або товарної групи, які підприємство одержує від постачальника. Якщо мова йде про стандартні, некритичні матеріали, то зміна постачальника пов'язана з незначними витратами й може являти собою кращу стратегію.

Процес стимулювання постачальників включає наступні етапи:

- 1) ухвалення рішення про необхідність такого кроку;
- 2) ідентифікація критичних товарних груп;
- 3) ідентифікація критичних постачальників;
- 4) узгодження стратегій по роботі з постачальниками;
- 5) створення команди;
- 6) ідентифікація ключових питань з підвищення ефективності діяльності постачальника;
- 7) розробка проекту з їхнього вирішення, його реалізація й контролінг.

Тактика потенційних постачальників з урахуванням ситуації закупівлі відрізняється. Потенційний постачальник у своєму прагненні до співробітництва на початку готовий іти на виконання цілого ряду особливих умов поставки, покликаних задовольнити індивідуальні потреби потенційного покупця.

Діючий постачальник прагне дотримуватися вироблених умов поставки. Покупець, у свою чергу, у пошуках потрібного товару звертається спочатку до звичного для нього постачальника. Потім він послідовно відмовляється від кожного доти, поки не знаходить того, хто, на його думку, у стані задовольнити його бажання з урахуванням певних границь ризику.